

Hvordan trodser vi krisen i 2010 – sammen?

Velkommen

v. Jens Wittrup Willumsen, VisitDenmark

Vores Rejse i hovedtræk

Vision, mission, løfte

Målene

De 9 motivbaserede, værdiskabende målgrupper og ny markedsprioritering

Oplevelsesudvikling

Erhvervspartner skaber

Destinationssamarbejde

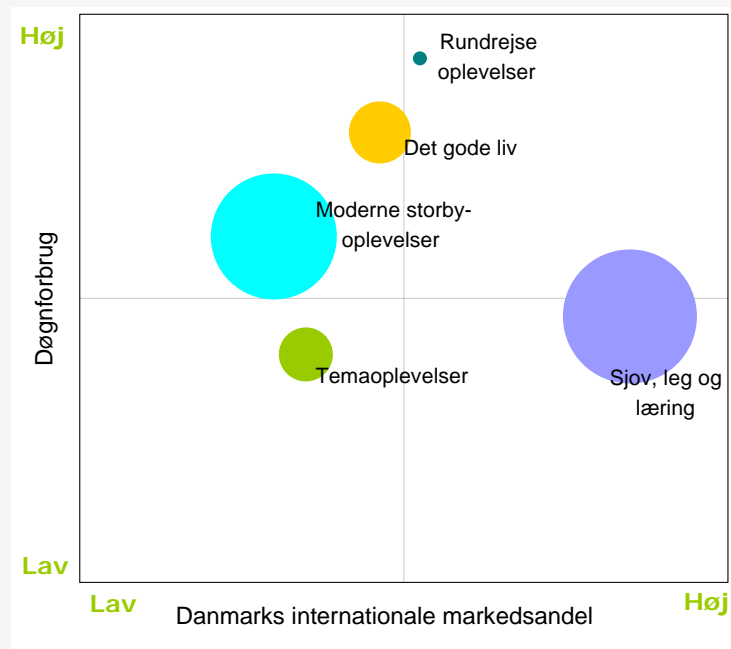
Brandarkitektur

Rammebetingelser

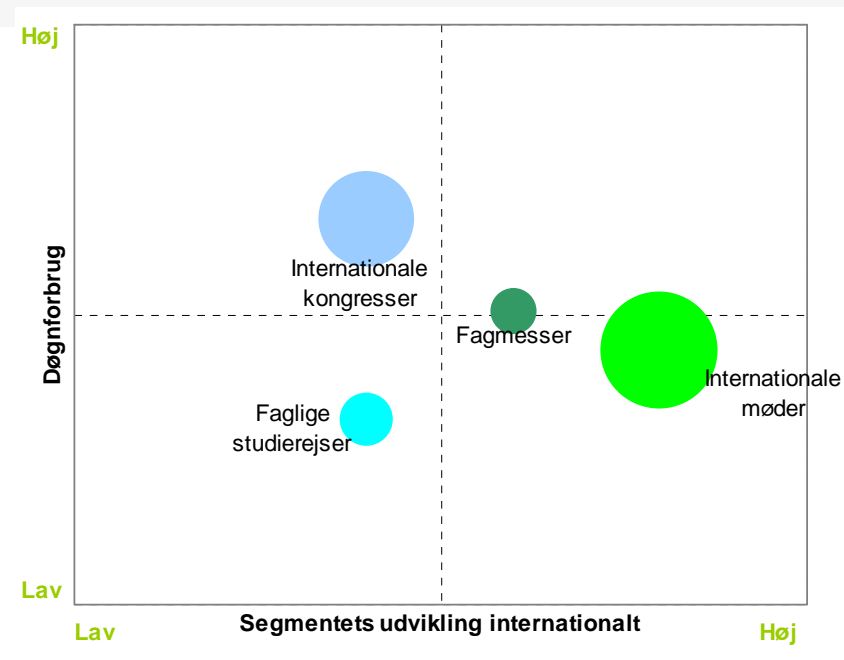


Prioriterede motivbaserede, værdiskabende målgrupper

Feriemålgrupper



Mødemålgrupper



Målgruppernes størrelse afspejler den aktuelle omsætning i Danmark.

Døgnforbrugsniveau er markant højere end for ferieturismen. Pålidelige tal for markedsandel er ikke tilgængelige.